第一图书网, tushu007.com

<<佐藤可士和的创意思考术>>

图书基本信息

书名：<<佐藤可士和的创意思考术>>

13位ISBN编号：9787530450628

10位ISBN编号：753045062X

出版时间：2011-8-1

出版时间：北京科学技术出版社

作者：佐藤可士和

页数：158

译者：时江涛

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

让我们的思维富有创意大家或许会感觉本书书名中的“创意思考”这个词听起来与己无关，因为在一般人看来，“创意思考”是一种艺术家和设计师等所谓的“创意人士”才会拥有、才会需要的才能，而且进行“创意思考”需要特殊的能力，比如会画画、会制作物品等，普通的上班族基本上不会接触这类工作。
在此，我诚恳地请求那些抱有“创意思考与我无关”、“我没有那个才能”等想法的朋友认真读完本书。
本书中的“创意思考”并不涉及艺术家般的感性或者艺术的表现手法，而是指“通过创造性的思考来解决各种问题”，这正是我工作的核心。
我是一名艺术指导（ArtDirection），日常的工作就是为企业、产品等提供形象设计、广告策划等服务，以提升它们的品牌形象。
一提起艺术指导，人们可能就想到专业的“创意人士”——他们从事着与艺术有关的工作，凭着灵感像变魔术似的创作作品。
然而，我所从事的工作和这些艺术家的工作完全相反。
在工作中，我需要最大限度地挖掘藏在客户心底的真正意愿，然后寻找向大众正确传达这种意愿的方法。
因此，从某种意义上来说，我也相当于一位“沟通顾问”。
具体而言，作为艺术指导，我需要认真倾听客户的烦恼，努力发现问题的本质并解决问题，而完成这些工作必须进行“创意思考”。
实际上，为了创造更加美好的生活，人们在日常生活中每天都在无意识地进行着创意活动。
仔细观察，你就会在周围发现许多有趣的现象。
处理家务就是一个很好的例子。
日本的家庭主妇每天都要面对琐碎繁冗的家务劳动，为了尽快从中解脱出来，她们在不知不觉中就会去寻找一些富有创造性的解决方法。
在这个过程中，她们逐渐找到了快速完成家务活的方法，并且深谙其中的门道，可以有条不紊地同时进行几项工作，比如一边煲汤一边洗衣服。
此外，我们的祖先发明人工取火的方法、制造和发明工具，也称得上是富有创造性的行为。
为了摆脱阴暗、寒冷、危险的生活环境，他们绞尽脑汁、大胆设想、勇于尝试，一遍又一遍地改进自己的创意。
随着时间的推移，人类的生活终于发生了翻天覆地的变化。
可能有人还会说：“话虽如此，但想出非同一般的创意对普通人来说还是很困难的事情。
”那么，让我们以体育运动和音乐为例，从另一个角度来看待这个问题吧。
并非每个参与此类活动的人都能成为运动员或音乐家，但是我们可以通过运动放松心情，也可以手拿话筒跟着音乐尽情高歌。
创意活动也是这样，我们即使不能成为艺术家或者设计师，也同样可以进行创意思考，在这方面我们每个人都具有无限的潜质。
希望读者朋友们能够转变思维方式，轻松地将创意注入日常生活中，从而使自己的生活更加精彩。
我衷心期盼各位在读完本书之后，不再说“我没有创意”，而是惊喜地发现“哦，原来创意就在我身边啊”。
接下来，让我们将目光投向商务领域。
长期以来，教科书式的市场营销理论一直充斥着整个行业，但今天它已经走到了尽头，代之而起的将是创意思考。
从提出方案到确立理念，再到拟定策划书、推进会议进程，最后到方案成型，在这一系列环节中，创意思考都会起到非同一般的作用，它必将成为一种不可或缺的商务技巧。
当然，创意思考不仅仅适用于产品开发和广告宣传等市场营销工作，还能在企业的人事管理，甚至经营方式等方面发挥作用。

创意思考在信息沟通方面的应用尤为广泛。
这里的信息沟通既包括部门内部或企业内部的会议、团队协作，也包括对外的交流，比如向客户展示策划方案、同客户交涉等人与人交往时的所有场面。
毫不夸张地说，在商务活动中，最重要的莫过于彼此相互理解，进而明确面临的问题，然后团结一致朝着共同的目标努力。
顺畅的信息沟通是构筑良好人际关系的基石，而其本身也是一种极具创意的行为。
自古以来，日本人就很推崇“心有灵犀”、“眉目传情”这种不通过语言表达就能彼此心领神会的含蓄之美，这一独特文化深深扎根于日本人的心中。
虽然这种文化内涵丰富，独具美感，但在全球化不断推进的今天，在商务活动中迅捷而准确地传递信息是大势所趋，因此创意思考在商务领域将逐渐发挥举足轻重的作用。
话虽如此，但要立即将这一技巧运用得非常娴熟还是有很大难度的。
首先需要培养创意意识，如果做到了这一点，我们的思考方式就会发生极大的转变。
在本书中，我将与大家一同分享我长期以来积累的工作经验，并结合具体实例介绍各种运用创意思考从不同角度分析、处理问题的技巧。
作为一名专业的创意工作者，如果能够通过这本书让大家感受到创意思考的精彩之处与实用价值，我将感到无比欣慰。
此外，如果大家在阅读过程中有什么灵思妙想，也请大胆地付诸实践。

内容概要

“ 创意思考术 ”是什么？

它是一种智慧——质疑前提、深入本质、多角度分析，最终用创造性的方法解决问题。

日本当今炙手可热的设计师佐藤可士和，在本书中分享了如何在日常工作中培养创意意识，以及如何运动创意思考解决各个工作环节中的问题。
作者从他22年来接手的超过100个创意项目中精选出12个，配以彩图说明“ 创意思考 ”的18个关键之处。

本书传承了佐藤可士和一贯平实、易懂的叙述风格，并在典型案例中配以作者本人手绘的插图，以最简明的方式传达创意的实用价值与精彩之处。

作者简介

佐藤可士和
艺术指导/创意指导
佐藤可士和为当今日本设计界、广告界最炙手可热的人物之一。

他相信“设计可以改变世界”，认为自己的使命即为“用设计为世人提供新价值”。
从业20余年来，他总是不负众望，以强有力的概念为基础，每每打破既有的框架，设计出令人惊艳且印象深刻的作品。
这些作品不仅为他赢得了包括东京艺术指导俱乐部（ADC）大奖、东京字体指导俱乐部（TDC）金奖、每日设计奖、朝日广告奖、龟仓雄策奖等日本广告与设计界的众多奖项，也让他超出了业内的界限，在普通大众中打响了知名度。

佐藤的代表作品有：偶像团体SMAP宣传活动、麒麟“极生”发泡酒的商品开发及宣传活动、都科摩手机产品设计、优衣库全球旗舰店的创意指导、藤幼儿园的翻新设计等。

佐藤深信，“创意=创造性地解决问题”的钥匙就藏在客户手中，他要做的只是把它们引导出来，因此其创意永远不会有枯竭的一天。

书籍目录

序言 让我们的思维富有创意
第一章 培养创意意识
01 “ 前提 ” 正确吗？

——质疑是创意的第一步
02 倾听
——通过 “ 问诊 ” 挖掘对方的真实想法
03 烦恼时将心情写下来
——心情也需要整理
04 养成运用比喻手法的习惯
——通过运用比喻手法了解事物本质 .
05 描绘自己的工作
——视觉比语言更具传达力
06 记忆的搜索引擎
——给自己在意的事情贴个 “ 标签 ”
07 引人入胜的PPT 演示
——共鸣胜于雄辩
第二章 尝试着去创意
08 真实感比调查更重要
——时代关键词：真实感
09 顾客视线与大众视线
——似是而非的消费者与普通大众
10 尽可能地运用一切媒体
——打破现有媒体的桎梏
11 激发自主性
——调动员工的主人翁精神
12 打造强大的团队
——具有 “ 人尽其才 ” 的统筹能力
13 你能写出一部 “ 剧本 ” 吗？

——为独立的 “ 内容 ” 制造 “ 脉络 ”
14 设计只是附加值？

——将远景变为现实
第三章 只有想不到，没有做不到
15 设计工作方法
——从办公环境到组织结构
16 泾渭何须如此分明?
——劳逸结合，工作生活两不误
17 寻找让自己着迷的东西
——努力发现本质
18 找回真实感
——张开每一个毛孔去感受真实
后记
书中照片/ 作品一览

第一图书网, tushu007.com

项目简介(彩页)
麒麟啤酒/ 企业广告
丽雅姬/ 品牌设计
湖中“ 西装精品 ”/ 品牌设计
麒麟饮料公司“ 麒麟小柠檬 ”/ 品牌设计
优衣库/ 全球品牌推广
古洛布莱株式会社/ 企业形象设计
藤幼儿园/ 翻新设计
东京都交响乐团/ 视觉识别改进
乐天集团“ 乐天塔 ”/ 办公空间设计
都科摩儿童手机、运动型手机N-07A/ 产品设计

章节摘录

版权页：插图：01“ 前提 ”正确吗？
——质疑是创意的第一步谈及培养创意意识，我认为最重要的一点是对任何事情都抱质疑态度。
也就是说，在开始按照业界常识或公司传统着手做一件事情之前，我们首先要问问自己：“ 这么做真的有必要吗？
这是最佳选择吗？
”倘若一味地按照传统习惯或业界常识等“ 前提 ”办事，情况就很难有较大改观。
反之，如果对任何事情都不抱质疑态度，我们就会想当然地开展工作，而一旦前提有问题，结果就必然会出现偏差，到时候即使绞尽脑汁也很难找到解决问题的办法。
但是，请大家不要误解，我并不是要否定所有的常识和习惯，这会导致仅仅“ 为改变而改变 ”，进而陷入毫无意义的“ 虚无主义 ”。
很多常识和习惯都是经得起质疑，经得起检验的。
有人可能说：“ 既然如此，何必费这工夫，还有更‘ 重要 ’的环节需要我们去攻克呢。
”其实不然。
通过质疑这一关后，我们会更有信心开展后面的工作，更重要的是，我们从一开始就占据了“ 主动 ”。
如果没有这种积极的态度，创意将永远无法产生。
或许有人有这样的担心：“ 如果因为质疑一些理所当然的事情而被人取笑，该如何是好？
”这个时候，你可以回到商务活动的本质这一层面上与对方进行讨论。
商务活动本来的目的并不是循规蹈矩，而是要给出令人满意的结果。
话虽这么说，但在大庭广众之下质疑既定的“ 前提 ”，确实需要足够的自信。
如果到时候你还是没有那份自信，那么我建议你不妨先简单地征询一下周围人的意见，然后再阐明自己认为不妥的理由。
当然，这时候不要掺杂自己的主观感情。
我想，如果你的观点是经过深思熟虑的，并且是为了能够更加圆满地达成目标而提出的，即便失之偏颇，也一定能够得到对方的理解。
对方有时还会从其他角度给出一些建议和启发。
这样一来，你的视野就会变得更加开阔，你也就更有可能提出好方案。
我之所以从事与创意思考有关的工作，主要是因为大学期间学习的是艺术专业。
一直以来，艺术领域都存在着创意思考的原点是从多角度观察事物并进行验证“ 美是什么？
艺术是什么？
它们是什么样的概念？
”等疑问，在现代艺术中这些疑问更加突出。
可以说，艺术的历史就是人们不断质疑常识以及现有概念的过程。
文艺复兴之后的印象派的诞生就源于人们对当时处于绝对优势地位的写实手法的质疑。
现代艺术跳出“ 古玩字画才是艺术品 ”的固有观念，将艺术品的范围推广到日常用品、照片、录像等，也都是质疑“ 前提 ”的结果。
此外，我在童年时代阅读的《爱迪生传》也给我带来了深刻的影响。
毋庸赘言，大家都知道爱迪生是个发明大王，他小时候因为总是提问题而让大人们头疼不已。
我非常喜欢的一件关于他的轶事是：对于“ 1+1=2 ”这种极其简单的数学知识，他不是囫囵吞枣地接受，而是抱着“ 1加1为什么等于2 ”的疑问，将两堆黏土混在一起，然后拿去问老师：“ 1加1不是等于1吗？
为什么等于2呢？
”老师被他问得哭笑不得。
诸如此类的事情在小爱迪生身上经常发生，数不胜数，正因如此，他尚未完成小学学业就被校方勒令退学。

由此，我们可以看到爱迪生的独特之处，正是因为他从小就不断地质疑一切看似平常的事情，他才拥有常人所没有的想法，给世人留下了白炽灯、留声机、电话等伟大的发明。
回顾历史，我们不难发现很多伟大的人物都同爱迪生一样善于质疑“前提”，比如证实“日心说”的伽利略、提出“相对论”的爱因斯坦。
他们分别对当时具有绝对权威地位的“地心说”和“时空亘古不变”的自然观大胆质疑、潜心研究，提出了具有划时代意义的新观点。
我们平时鲜有机会进行“质疑常识”之类的训练，正因为如此，如果能够积极主动地增强这种意识，我们就会打开一扇通往一个全新世界的大门，视野豁然开朗。
比如说，要开发A、B两种产品，在通常情况下我们会考虑如何分别将A、B产品改进得更好，但如果转换思维方式，多问一些“为什么一定要分别开发A、B两种产品呢？
为什么不将A、B结合起来呢？
”这样的问题，那么，一款全新的产品可能就会问世。
诸如此类，提出一个简简单单的疑问，就是开启创意大门的第一步。
在平时的工作中我们经常会因为遇到棘手的问题而不知所措，这时候如果质疑一下那些基本常识或观念，很可能就会有令人惊喜的发现。
我们常常忽略这些因素，而实际上在这些方面往往更容易找到解决问题的良策。
当我们能够熟练地、习以为常地对每件事情的“前提”都进行质疑时，我们会发现开展项目就如同下黑白棋一样，在翻了几个棋子后，剩下的棋子很自然地就被翻转过来了。
各位读者，在看完本节后，就请开始质疑常识，体验创意思考带来的乐趣吧！

后记

自2008年6月起，大约半年的时间，《日经产业新闻》连载了我写的《创意之点滴》，本书在其基础之上作了较大幅度的调整，又增添了许多新内容，可以说是《佐藤可士和的超整理术》一书的第二部。
《佐藤可士和的超整理术》是我的第一本书，受到了国内各界朋友的广泛好评和大力支持，还被翻译引入了中、韩等国，其影响力在不断扩大。
该书的读者群也非常广，商务人士自不必说，学生乃至家庭主妇也都在阅读。
在感谢大家厚爱的同时，我深感在当今这个信息化的社会用新的眼光看问题是多么重要。
如今，社会变化日新月异，大家都想努力学习，提高自身素质，大量有关商务技巧类书籍顺应人们的需要不断问世。
然而，我认为最有效的办法就是彻底改变自己的思维方式。
如果我们的思维方式没有转变，只是稍稍改变一下形式，那也只是换汤不换药，不会产生实质性的变化。
这就如同电脑，仅仅给其安装新的应用软件和对其系统进行升级所产生的效果完全不一样。
在《佐藤可士和的超整理术》中，我对“整理”这一概念进行了阐述，本书中也提到了这一点，不过主要还是集中在另一个大的概念“创意思考术”上。
我希望本书的实用性能够更强一些，因此书中涉及了许多技巧性的问题，但若想有所突破，归根结底还是要彻底革新思维方式。
把自己从旧观念中解放出来，不墨守成规，时刻让自己的思维充分享受自由，即改变自己的思维方式，可以说是进行创意思考的第一步。
要做到这一点，“意识”是一个关键要素。
在日常生活中，我们很多时候都是在别人说过之后才“意识”到很有道理，我希望本书能够成为你“意识”的助推剂。
“意识到”和“意识不到”将会使所有的方面都大不相同。
如果“意识不到”，那就如同事物没有进入自己的视野，一个人怎么可能理解没有进入自己视野的东西呢？
对我而言，在进行各个项目的过程中，会有许多新的“意识”。
借此机会我再次向所有给予我大力支持的客户朋友以及和我一同奋斗的创作同仁、全体员工表示衷心的感谢。
另外，日本经济新闻出版社的森川佳勇先生、三上秀和先生，以及撰稿人高濑由纪子女士从第一本书开始就给予了我很大的帮助和支持，值本书出版之际，请允许我向三位致以诚挚的谢意！
佐藤可士和2010年6月7日

媒体关注与评论

“我想与大家分享三个关键态度，那也是我在面临重要决策时的重要基础。
第一，就是要有很棒的创意。
第二，找到你的热情。
第三，坚毅不拔、不屈不挠。
”　　——微软首席执行官史蒂夫-鲍尔默（Steve Ballmer），2011年在美国南加州大学毕业典礼上的演讲“人生、工作的结果：思维方式×热情×能力。
其中，思维方式的取值范围为一100～100。
改变思维方式，改变一个人的心智，人生和事业就会有180度大转弯。
”　　——世界500强企业京瓷、KDDI创始人，日本“经营之圣”稻盛和夫引自其著作《活法》

编辑推荐

《佐藤可士和的创意思考术》：有多少烦恼，就栖息着多少创意！
“光靠设计就能带动销售”的创意鬼才，知名设计师原研哉、深泽直人、佐藤卓、泷泽直己、荒木信雄等人一直推崇的设计师佐藤可士和，既畅销书《佐藤可士和的超整理术》后时隔三年再推力作《佐藤可士和的创意思考术》，22年创意智慧全面公开！
放下书，马上就开启创意思考。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com